

ABSTRAK

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendapatkan bukti secara empiris terhadap pengujian pengaruh *corporate social responsibility* terhadap nilai perusahaan, pengujian pengaruh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan dan pengujian pengaruh *corporate social responsibility* yang dimoderasi oleh kepemilikan manajerial terhadap nilai perusahaan.

Populasi dalam penelitian ini diperoleh dengan menggunakan metode *purposive sampling* pada perusahaan pertambangan yang terdaftar di Bursa Efek Indonesia selama periode 2012-2016 dan berdasarkan kriteria yang telah ditentukan maka diperoleh sampel sebanyak 14 perusahaan pertambangan. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi berganda dengan alat bantu aplikasi SPSS (*Statistical Product and Service Solutions*).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *corporate social responsibility* berpengaruh positif dan signifikan terhadap nilai perusahaan artinya pengungkapan tanggung jawab sosial perusahaan yang tinggi akan direspon positif oleh investor sehingga banyak investor yang berinvestasi pada perusahaan tersebut yang menyebabkan meningkatnya nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial berpengaruh negatif dan signifikan terhadap nilai perusahaan artinya tingginya kepemilikan manajerial tidak diikuti dengan tingginya nilai perusahaan. Kepemilikan manajerial mampu mempengaruhi hubungan antara *corporate social responsibility* dan nilai perusahaan artinya semakin besar kepemilikan manajerial diharapkan semakin luas tingkat pengungkapan perusahaan terhadap tanggung jawab sosialnya sehingga semakin besar potensi untuk meningkatkan nilai perusahaan.

Kata Kunci: nilai perusahaan, kepemilikan manajerial, *corporate social responsibility*

ABSTRACT

The purpose of this research is to obtain empirical evidence against testing the influence of corporate social responsibility on company value, testing the influence of managerial ownership on company value and testing the influence of corporate social responsibility moderated by managerial ownership of company value.

Population in this research is obtained by using purposive sampling method at mining company which is listed in Indonesia Stock Exchange during 2012-2016 period and based on predetermined criteria hence obtained sample as many as 14 mining company. The analytical method that been used is multiple regression analysis with using SPSS application tools (Statistical Product and Service Solutions).

The results of this research shows that corporate social responsibility has a positive and significant impact on the company value means that disclosure of high corporate social responsibility will be responded positively by investors so that many investors who invest in the company that causes the increase of company value. Managerial ownership has a negative and significant influence on company value meaning that high managerial ownership is not followed by high company value. Managerial ownership is able to influence the relationship between corporate social responsibility and company value means the greater managerial ownership is expected to broaden the level of corporate disclosure of its social responsibility so that the greater the potential to increase the company value.

Keywords: Company value, managerial ownership, and corporate social responsibility